

» Uppmaning

Vill du utveckla framtidens mat och dryck?

Efterfrågan på hälsosam, smakrik och inspirerande mat och dryck är stor runt om i världen. Här kan företag, forskare och experter göra skillnad genom att samarbeta kring innovativ produktutveckling.

SWEDEN FOOD ARENA söker nya samarbeten inför kommande forsknings- och innovationsprojekt där företag, forskare och experter med djupgående kunskap om sensorik, olika målgruppers behov och utmaningar, livsstil och hälsoeffekter av mat samverkar.

Ordet livsmedel är nog Sveriges vackraste ord, och det mest betydelsefulla – medel för liv. Varje dag har jag förmånen att, tillsammans med min kollega **Kerstin Eriksson**, företag och branschorganisationer, verka för att det behövs ökade resurser till forskning och satsningar på innovation inom livsmedelskedjan i Sverige. Målet är att företagen i den svenska livsmedelskedjan ska få ökad tillgång till ny kunskap, nya verktyg och åtkomst till nätverk samt nya samarbeten som bidrar till att utveckla odling, förädling och marknadsplatser som erbjuder konsumenterna nya livsmedel som är än mer smakrika, hälsosamma och inspirerande.

Sverige har stor potential att öka produktionen av både mat och dryck –

Marie Gidlund

Verksamhetsledare, Sweden Food Arena
marie.gidlund@swedenfoodarena.se

Ordet livsmedel är nog Sveriges vackraste ord, och det mest betydelsefulla – medel för liv.

ja, vi har till och med ett ansvar att göra det! Bara under de senaste fyra åren har vi sett konsekvenserna av klimatförändringarna, genomlevt en pandemi samt ett krig i vår närhet med leveransutmaningar som följd. Allt detta är för mig tydliga skäl till att Sverige har en skyldighet att öka produktionen för att kunna säkerställa dels vår egen försörjning, dels kunna exportera till andra länder.

Men det är inte lätt att öka produktionen och att ta fram nya produkter som blir konsumentens självklara val. Bara 8 av 10 lanseringar klarar första året i en svensk dagligvarubutik och det är ännu tuffare på exportmarknaden. För att överleva har varje företag ett ansvar att utifrån sin bästa förmåga vara innovativ och utveckla nya produkter och produktionsprocesser, skapa smak-

upplevelser och göra det enkelt för konsumenten att äta både hälsosamt och gott på ett inspirerande sätt. För är det inte gott, väljer konsumenten något annat.

Tillsammans löser vi utmaningarna

Att bidra till ett hälsosammare liv och kunna erbjuda attraktiv mat och dryck är två av de fem missioner som livsmedelskedjan har formulerat. Du kan läsa mer om dessa i Sweden Food Arenas Innovations- och forskningsagenda, ett samlat dokument som beskriver de höga mål och ambitioner som den svenska livsmedelskedjan har samlats kring.

För att kunna bidra till att förverkliga den svenska livsmedelsstrategin, samt nå våra egna högt satta mål och de utmaningar vi avser att lösa, måste vi samarbeta, ett annat vackert ord. För det är tillsammans som vi löser de stora utmaningarna. Livsmedelsproduktion är en av de mest komplicerade produktionsprocesser jag känner till och här behövs många olika kompetenser, erfarenheter och nya infallsvinklar för att lösa de frågor som dyker upp. Här vill Sweden Food Arena gärna samarbeta med personer med djupgående kunskap, exempelvis dietister, kostvetare/kostekonomier och nutritionister.



Här finns potential att starta ett stort antal utvecklingsprojekt, säger Sweden Food Arena:s verksamhetsledare Marie Gidlund.

För att kunna utveckla ett attraktivt utbud av hälsosamma och smakrika produkter, som bidrar till goda matvanor och ett hälsosamt liv, har vi identifierat ett antal kunskapsområden för utveckling. Exempelvis behöver vi djupgående kunskap om konsumenters beteende kring, och förväntningar på, hälsosam mat för att underlätta för konsumenten att göra välinformerade och hälsosamma val i samklang med de svenska kostråden. Vi strävar efter att hälsosamma livsmedelsprodukter ska vara en positiv smakupplevelse som ger ökat välbefinnande. Men för att kunna utveckla nya livsmedelsprodukter med positiva hälsoeffekter behövs mer kunskap.

Mängder av tänkbara projekt

Här finns potential att starta ett stort antal utvecklingsprojekt. Vad sägs till exempel om att utveckla nya verktyg för datainsamling och analys av konsumentbeteende genom samverkan mellan livsmedelssystemets aktörer? Vi behöver identifiera hinder för målgruppsanpassade kostråd och åtgärda dessa samt utveckla digitala verktyg och kommunikationskanaler för konsumenter, vård-

personal med flera för att kunna bedöma hälsoeffekter av livsmedel.

Kanske vill du vara med och utveckla metoder som kan förutsäga sensorisk kvalitet utifrån produktens och måltidens egenskaper eller metoder som förutsäger och mäter smakupplevelse utifrån multisensoriska perspektiv? Eller vad sägs om att utveckla livsmedelsprodukter riktade till olika målgrupper samt öka kunskapen och förståelsen kring hur föränderliga livsstilar påverkar hälsoeffekter av mat?

Det här är bara några förslag, listan på tänkbara projekt är egentligen mycket längre. Det vi gör inom Sweden Food Arena är att samla och sammanställa de behov som företagen ger uttryck för och presentera dessa, både för politiker och myndigheter, för att se hur vi tillsammans kan investera mer medel inom innovation och forskning. Vår ambition är att få till fler satsningar som forskare, näringsliv och specialister kan samarbeta kring för att söka svar, sprida kunskap och därmed utveckla ännu mer smakrika, hälsosamma och inspirerande livsmedelsprodukter.

Hör av dig till oss om du vill vara med på resan! 🍏

SWEDEN FOOD ARENA®

Sweden Food Arena är en nationell arena där aktörer från hela livsmedelskedjan samverkar kring innovation och forskning för en innovativ, hållbar och konkurrenskraftig livsmedelssektor. Arenan är ett resultat av regeringens Livsmedelsstrategi vars syfte är att öka produktionen, bidra till en konkurrenskraftig livsmedelskedja samt öka sysselsättningen, exporten, innovationskraften och lönsamheten samtidigt som relevanta miljömål nås. Tillsammans skapar vi en livsmedelskedja i världsklass.

På hemsidan swedenfoodarena.se finns att läsa om de senaste innovationerna, bland annat:

- Världens första metanreducerade nötkött nu i butik
- Svinnsmart innovation
- Hampa, den bortglömda supergrödan
- Klimatsmart fredagsmys